

# Compradores no dependen de marcas

**COMERCIO.** LOS CONSUMIDORES AHORA REALIZAN MÁS INVESTIGACIÓN EN DIFERENTES MEDIOS Y FUENTES ANTES DE COMPRAR PRODUCTOS ELECTRÓNICOS

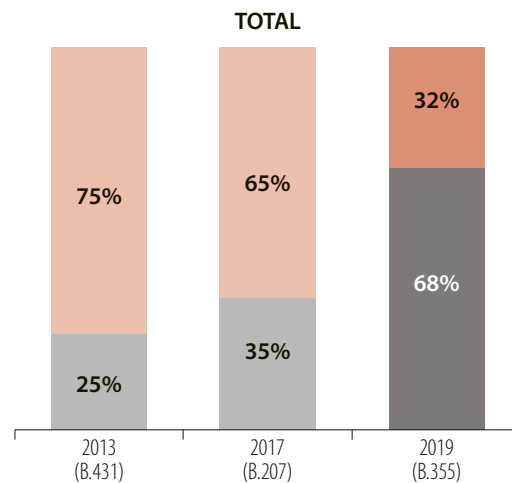
**BOGOTÁ**  
La época en la que los consumidores colombianos compraban un producto solo porque pertenecía a una marca en específico ya pasó, o por lo menos ha venido cambiando con el paso del tiempo, debido a que ahora hay una mayor intención de informarse antes de hacer cualquier desembolso.

De acuerdo con un estudio elaborado por la firma de investigación de mercados *Brandstrat*, que tuvo como metodología 609 encuestas personales en hogares de cuatro ciudades principales (Bogotá, Cali, Medellín, Barranquilla), a hombres y mujeres de entre 18 a 70 años, de todos los estratos, determinó que los consumidores son menos dependientes de las marcas o de fuentes de información tradicionales para realizar sus compras, “lo cual está obligando a que las marcas

## BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN Y MOMENTOS EN EL QUE ELIGE LA MARCA EN LAS CATEGORÍAS:

### ARTÍCULOS ELECTRÓNICOS

- Normalmente utiliza la información disponible en el sitio de compra y su experiencia previa
- Busca información sobre los productos en distintos medios o fuentes



constantemente se vuelvan más innovadoras para lograr ser atractivas para estos usuarios más expertos”.

La investigación, que tuvo como fecha de recolección del 4 al 14 de junio de 2019, buscaba entender los momentos en los que se elige la marca y

medios de información para la categoría de artículos electrónicos, y en este punto los investigadores hallaron que solo 32% de los consultados utiliza información disponible en el sitio de la compra y con base en su experiencia, una tendencia que ha ido cambiando dado

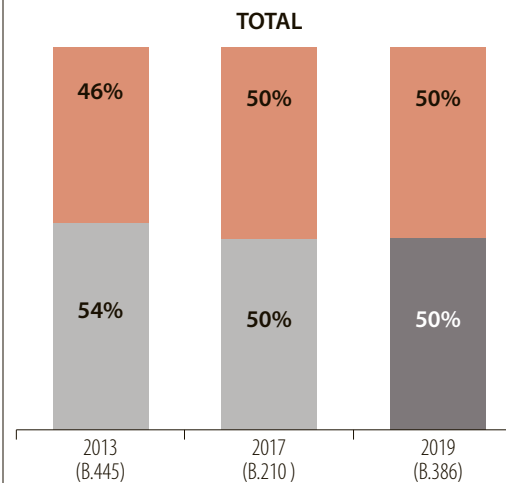
que en 2013 el porcentaje de estos compradores llegaba a 75%, y eran quienes se fiaban solo de la marca.

En contraste, los que buscan más información en distintos medios o fuentes para los productos tecnológicos fue 68% de los encuestados, y alza de casi el

**brandstrat**  
Inspiramos estrategias

### ELECTRODOMÉSTICOS

- Normalmente decido la marca que voy a comprar en el lugar
- Cuando voy a comprar los productos normalmente ya tengo la marca decidida desde antes de llegar al lugar de compra



Fuente: Brandstrat / Gráfico: LR-AL

doble respecto a como se establecía la tendencia en 2017.

“Los productos que involucran tecnología han visto incrementada su búsqueda de información por diferentes fuentes; dando a entender que se cuenta con un consumidor que es más consciente, más ágil a nivel digital e informado, especialmente con los productos de alto costo, para lo cual se destina un mayor tiempo de búsqueda señalan los investigadores de *Brandstrat*.

En este segmento de artículos también destaca la categoría de electrodomésticos, donde la marca aún tiene un poco de protagonismo para el ‘shopper’, puesto que la mitad de los encuestados respondió que al momento de hacer las compras, ya tiene una marca decidida antes de llegar al lugar, mientras que el otro 50% dijo que decide una vez está en el comercio.

A raíz de esto, una de las conclusiones del estudio de cara a las compañías que venden estos artefactos es que “generen presencia en múltiples canales de información, de tal forma que se pueda garantizar que los consumidores estarán expuestos al mensaje de la marca”.